

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ  
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



**ТЕЗИ**

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:  
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.  
м. Одеса**

5. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://shabo.ua>
6. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.koblevo.ua/>
7. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://shustoff.com/>
8. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.tavria.ua/uk/#&panel1-1>

## **ВПЛИВ МАКРОФАКТОРІВ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ**

**Мельнік А.В. студ. СВО —Магістр| ф–ту ММіЛ технологій  
Науковий керівник –к.е.н., доц. Агеєва І.М.**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса**

Стратегічне планування в сучасних умовах розглядається як необхідність для збереження бізнесу і подальшого його розвитку в умовах втрати великої кількості потенційних клієнтів під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Серед зовнішніх факторів найбільш серйозними та непередбачувальними є макрофактори.

До сьогодні ситуація на ринку була такою, що всі експерти відзначали активізацію інвесторів в готельному сегменті. Тому сприяло цілий ряд причин, серед яких можна виділити:

- нездатність існуючих готелів задовольнити існуючий попит;
- стабільне збільшення попиту на апартаменти світового рівня;
- насичення сегментів ринку нерухомості з мінімальним терміном окупності;
- збільшення капіталу інвестиційних компаній;
- відносна стабільність української економіки;
- зміни у зовнішній політиці;
- наближення кордонів ЄС до кордонів України і поступова інтеграція держави в європейське і світове співтовариство;
- поліпшення інвестиційного та бізнес-клімату всередині України;
- поступове зростання бізнес-активності всередині країни, збільшення частоти ділових візитів до Києва з-за кордону і регіонів України;
- зростання туристичної привабливості України [1].

Поширення інфекційного захворювання COVID-19 та карантинні умови суттєво вплинули і продовжують негативно впливати на туристичний та готельний бізнес, тому є необхідність дослідження впливу та наслідків спричинених світовою кризою на готельний бізнес, зокрема, створення умов для поступового виходу з рівня збитковості готельних підприємств та запобігання стагнації в галузі. Готельні заклади зіштовхнулися з новими проблемами: відсутність гостей, закриття, падіння доходів, безпека співробітників і гостей. Готельному бізнесу доведеться трансформуватися і

розвиватися далі: створювати сектори сервісних апартаментів під управлінням міжнародних і локальних операторів, шукати нові форми співпраці, використовувати нові технології ведення бізнесу. Для виходу з кризи готельна галузь потребує підтримки від держави [2].

Стратегічне планування в сучасних умовах розглядається як необхідність для збереження бізнесу і подальшого його розвитку в умовах втрати великої кількості потенційних клієнтів під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Основою правильно обраної стратегії готелю є коректна оцінка співвідношення ціни і якості пропонованого готельного продукту, що виражається на практиці в можливості пропозиції якісного готельного продукту за доступними цінами для конкретного сегмента гостей. Далі вважаємо за доцільне розглянути стратегії, які можуть бути використані засобами розміщення в кризовій ситуації і здатні забезпечити готелям бажану ринкову позицію.

До таких стратегій належать:

- стратегія диференціації (залучення клієнта за рахунок надання широкого спектру послуг, що відрізняються від інших готелів);
- стратегія оптимальних витрат (створення умов для підвищення споживчої цінності за допомогою більш високої якості готельного продукту при практично ідентичних цінах конкурентів);
- сфокусована стратегія (представляє собою орієнтацію готельного підприємства на вузький сегмент потенційних гостей, надаючи або нижчі ціни, або більш повне задоволення їх потреб);
- стратегія співпраці (укладання договорів та партнерств з метою сталого функціонування готельного підприємства);
- стратегія інтелектуальної власності (створення бренду, подальше його поширення за допомогою договорів франчайзингу) [3].

Відзначимо, що в діяльності готельних підприємств виникають різні фактори, що зумовлюють необхідність вибору тої чи іншої з представлених стратегій або їх комбінації.

Таким чином, впровадження саме стратегічного планування в діяльність підприємств готельної галузі на основі методів стратегічного аналізу, зокрема аналізу макрофакторів, гарантує можливості подальшого успішного розвитку.

#### **Література:**

1. <https://commercialproperty.ua/cp-articles/gostinichnyy-rynok-ukrainy-problemy-rosta/>
2. <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/552>
3. Асоціація індустрії гостинності України. Офіційний сайт. URL: <http://aigu.org.ua/>
4. Всеукраїнська громадська організація «Асоціація малих готелів та апартаментів України». ВГО «АМГАУ». URL: <https://vkursi.pro/card/vho-amhau-35142910>
5. Ассоциация гостиниц и ресторанов Украины. URL: <https://www.facebook.com/search/top/>

92. **УПРАВЛІННЯ ВЕРТИКАЛЬНИМИ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ** 198  
 Башкірова В.Д., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ  
 Науковий керівник – к.філос.н., доц. Пурцхванідзе О.В.  
 Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
93. **ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ МОТИВАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ** 200  
 Хуторна В.А. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ  
 Науковий керівник – к.п.н., доц. Удовиця О.Ф.  
 Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
94. **ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ПТК “ШАБО”** 203  
 Севастьянов В.В., студ. СВО “Бакалавр” ф-ту ММіЛ  
 Науковий керівник – к.е.н., доц. Агеєва І.М.  
 Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
95. **ВПЛИВ МАКРОФАКТОРІВ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ** 207  
 Мельник А.В. студ. СВО —МагістрІ ф-ту ММіЛ технологій  
 Науковий керівник –к.е.н., доц. Агеєва І.М.  
 Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
96. **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ** 209  
 Паук Я.М., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ЕБіК  
 Науковий керівник – д.е.н., проф. Самофатова В.А.  
 Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
97. **АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ** 210  
 Корікова А.К., студ.ОКР «Магістр» ф-ту ЕБіК  
 Науковий керівник – д.е.н., проф. Павлов О.І., к.е.н., доц. Дідух С.М.  
 Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
98. **ЗАРУБІЖНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ** 212  
 Дудлева Д.П., студ. 3-го курсу, економічного відділення,  
 Науковий керівник: викладач вищої категорії ОТК ОНАХТ Шимко О.В.  
 ВСП «Одеський технічний фаховий коледж ОНАХТ», м. Одеса
99. **АКТУАЛЬНІСТЬ ГНУЧКИХ І НЕСТАНДАРТНИХ ФОРМ ЗАЙНЯТОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ** 214  
 Манзарук В.Ю., студ. 3-го курсу, економічного відділення,  
 Науковий керівник: викладач вищої категорії ОТК ОНАХТ Шимко О.В.  
 ВСП «Одеський технічний фаховий коледж ОНАХТ», м. Одеса